

De Friburgo a Alcalá de Henares



El comentario de

Juan Velarde

Qué ordenamiento socioeconómico debe intentarse que exista? A eso procura responder esta aportación del profesor García Echevarría. Y casi nada más iniciar su lectura nos encontramos con este párrafo clave de lo que pretende este modelo: “Los principios en los que descansa el ordenamiento de una Economía Social de Mercado –el modelo que defiende– son el Principio de Competencia impulsando las competencias de las personas y de las Instituciones, junto con el Principio de la Subsidiariedad por un lado y el Principio de la Conformidad al Mercado por el otro. Estos principios integran la eficiencia en la utilización de los recursos escasos con equilibrio social”. Y al señalar este entrecomillado del que no se cita el autor, pero evidentemente es de la Escuela de Friburgo, paso a indicar que señala casi a continuación que “este Orden Económico... no es un Orden Neoliberal... Es lo contrario de la concepción *capitalista* en la que lo *económico* es lo que ocupa a la economía, mientras que lo *social*, es una cuestión distinta que no está relacionada con el *cálculo económico*”.

Y pronto, con una referencia a la obra del cardenal Reinhardt Marx, *Una visión integral de la Economía* (2001), muestra García Echevarría cómo esos planteamientos se ligan a cuestiones fun-



GETTY

damentales de la Iglesia Católica, lo cual, desde varios puntos de vista hace que tengan un interés evidente para ciertos países, y entre ellos, para un país como España.

Quizás un punto central de esta aportación sea lo expuesto y la conclusión que se extrae del tema de la coordinación que exige el conjunto de obligaciones deriva-

das que exige la puesta en marcha efectiva del pretendido Orden Económico-Societario, base de una realidad efectiva buscada ahora mismo por multitud de personas,



Economía para la sociedad

Santiago García Echevarría
Universidad de Alcalá
de Henares, 2016
78 páginas

Santiago García Echevarría

Bilbaino, doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Es Catedrático Emérito de Política Económica de la Empresa en la Universidad de Alcalá de Henares.

porque, para lograrlo, ¿cómo coordinar los procesos económicos y su acompañamiento social? La respuesta se ofrece en muchas partes de esta obra, pero de manera más específica en la parte titulada *Coordinación económica*, como fundamento de la acción económica, y ello porque, o se atina en este sentido, o todo el armazón del modelo se derrumbaría y quedaría todo, absolutamente todo, reducido a esas doctrinas muertas que se albergan en socialismos de carácter utópicos, que nunca serán importantes.



De la nueva política

Álvaro Lodares Pérez
Unión Editorial
16,64 euros
184 páginas

Los nuevos actores políticos, al detalle

Una autopsia. Eso es lo que es este libro; una disección de las formas, modos y maneras entre las que fluyen los cauces políticos y económicos de la rabiosa actualidad. Los actores emergentes –políticos, empresarios, etc.–, auténticos catalizadores de una situación de cambio y mudanza, protagonizan las páginas de esta obra, y aparecen puestos blancos sobre negro y analizados con precisión relojera.



Los Ortega

José Ortega
Spotorno
Taurus
11,90 euros
436 páginas

Ortega y la cultura del siglo XX español

En esta obra, el hijo de Ortega y Gasset presenta un fresco de la vida cultural de la España del siglo XX. Un lúcido homenaje a una estirpe de intelectuales, escritores, científicos y políticos de primer orden, como Ramón Gómez de la Serna, Gregorio Marañón y Manuel Azaña, pero cuyo centro lo ocupa siempre la figura de su padre. Un empeño que el autor ha reconocido que ha sido sumamente complicado.



Relatos Humanos

VV.AA.
LID Editorial
19,90 euros
232 páginas

El lado humano de las empresas

Esta obra cuenta la historia, relatada por diez directivos de Recursos Humanos, de cómo viven los empleados y directivos la aventura de un negocio al que, como a tantos otros, no le queda más remedio que adaptarse a los nuevos tiempos para no desaparecer, donde el clima es tenso y no dejan de sucederse situaciones tan habituales y comunes como despidos, promociones, cambios en la dirección.



Cliente digital, vendedor digital

Álex López
Códice
20 euros
172 páginas

Las redes sociales, herramienta de venta

Internet y las nuevas tecnologías lo han cambiado todo, también el formato del trabajo comercial. El libro acerca al lector al *social selling* de manera práctica y divulgativa. Según palabras del propio autor: “En el libro no he intentado explicar a los vendedores cómo vender, sólo faltaría. Lo que he intentado transmitir es cómo utilizar las redes sociales profesionales”. Bienvenidos a las nuevas fórmulas de ventas.